

DOI: [10.14515/monitoring.2025.5.3036](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.5.3036)**А. Н. Языкеев****ВОЗМОЖНОСТИ ДИАГНОСТИКИ ЧРЕЗМЕРНОГО ТУРИЗМА  
НА ПРИМЕРЕ ГОРОДОВ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ****Правильная ссылка на статью:**

Языкеев А. Н. Возможности диагностики чрезмерного туризма на примере городов Калининградской области // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 5. С. 314—334. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.5.3036>.

**For citation:**

Yazykeev A. N. (2025) Possibilities of Overtourism Diagnostics Using the Example of Cities in the Kaliningrad Region. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 314—334. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.5.3036>. (In Russ.)

Получено: 26.05.2025. Принято к публикации: 02.09.2025.

## ВОЗМОЖНОСТИ ДИАГНОСТИКИ ЧРЕЗМЕРНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДОВ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ЯЗЫКЕЕВ Андрей Николаевич — вице-президент, Международная академия детско-юношеского туризма и краеведения им. А. А. Остапца-Свешникова, Москва, Россия

E-MAIL: [Yazukeev@live.ru](mailto:Yazukeev@live.ru)

<https://orcid.org/0009-0006-8166-1290>

**Аннотация.** В статье поднимается проблема чрезмерного туризма, анализируются социальные причины ее возникновения и возможности диагностики. Амбициозные цели по развитию внутреннего туризма, а также по созданию современных международных курортов мирового уровня в России создают запрос на разработку мер для предотвращения чрезмерного туризма в отечественных туристских центрах.

Автор рассматривает проблему противоречия между стратегиями туристического развития территорий и социальными ожиданиями местных жителей и обосновывает необходимость разработки и внедрения социальных технологий управления туристическим развитием городов и регионов на основе социального участия местного населения и малого бизнеса в мероприятиях региональных программ туристического развития.

На основе исследований, проведенных в Калининградской области, в работе охарактеризовано восприятие населением мероприятий по туристическому развитию региона, приведены оценки уровня удовлетворенности жителей изменением городской среды. По результатам анализа выделены проблемы, имеющие тенденцию к обострению на фоне роста туристического потока, такие как рост стоимости товаров и услуг (при низкой покупательной способно-

## POSSIBILITIES OF OVERTOURISM DIAGNOSTICS USING THE EXAMPLE OF CITIES IN THE KALININGRAD REGION

Andrey N. YAZYKEEV<sup>1</sup> — Vice-President

E-MAIL: [Yazukeev@live.ru](mailto:Yazukeev@live.ru)

<https://orcid.org/0009-0006-8166-1290>

<sup>1</sup> International Academy of Children and Youth Tourism and Local History named after A. A. Ostapets-Sveshnikov, Moscow, Russia

**Abstract.** The article explores the issue of overtourism, focusing on its social causes and diagnostic approaches. Ambitious national goals for the development of domestic tourism and the establishment of world-class international resorts in Russia have generated a need for preventive measures against overtourism in major tourist destinations.

The study examines the contradiction between tourism development strategies and the social expectations of local residents, emphasizing the importance of designing and implementing social technologies for managing tourism growth. These technologies should be based on inclusive participation of local communities and small businesses in regional tourism development programs.

Drawing on empirical research conducted in the Kaliningrad region, the article analyzes public perceptions of tourism-related initiatives and assesses residents' satisfaction with urban environment changes. The findings reveal growing tensions associated with increasing tourist flows, such as higher prices for goods and services amid low local purchasing power, rising pressure on transport infrastructure, and growing urban density.

сти местного населения), повышение нагрузки на транспортную инфраструктуру и увеличение плотности городской застройки.

**Ключевые слова:** туристическое развитие, социальные технологии, чрезмерный туризм, социальное участие

**Keywords:** tourist development, social technologies, excessive tourism, social participation

## Введение

Формирование стратегии туристического развития — популярное сегодня решение, направленное на повышение привлекательности и оживление экономики городов и регионов. Принятая Правительством РФ в 2021 г. государственная программа «Развитие туризма» предоставила возможности для строительства гостиниц и обеспечивающей инфраструктуры, повышения доступности туристских продуктов и совершенствования управления в сфере туризма<sup>1</sup>. В результате в последние годы мы можем наблюдать значительное увеличение въездного турпотока не только в традиционных курортных регионах, таких как Краснодарский край, Минеральные воды, но и в большом числе городов, ранее не воспринимавшихся в качестве центров массового туризма: Казани, Туле, Калининграде, Калуге, Астрахани. Хотя туристская индустрия крайне редко становится основным источником дохода для городов, комплекс мер по развитию туристической привлекательности может создавать кумулятивный эффект для роста других отраслей экономики [Azam, Alam, Hafeez, 2018; Оборин, 2020] и, что не менее важно, повышать качество жизни местного населения, удерживать имеющиеся человеческие ресурсы и привлекать новые.

В то же время в последние годы многие исследователи обращают внимание на то, что увеличение туристских потоков может создавать значительные неудобства для местных жителей. Европейские и некоторые азиатские страны фиксируют снижение толерантности к туристам, а муниципальные власти отдельных городов, например Барселоны, Венеции, Амстердама, Эдинбурга и Брюгге, приняли ряд мер по ограничению туристских потоков. Одновременно в зарубежной и отечественной научной литературе сформировалось целое направление исследований, посвященных проблеме чрезмерного туризма.

Существуют различные подходы к определению признаков чрезмерного туризма. Одни исследователи в качестве индикатора этой ситуации рассматривают превышение количества туристов по отношению к местным жителям [Евстропьева, Бардаш, Будаева, 2019; Шерешева, Полянская, Оборин, 2019], другие делают акцент на вреде природе и экосистемам [Koens, Postma, Papp, 2018; Arikán, Uensever, 2019], городской инфраструктуре и памятникам [Capocchi et al., 2019; Аигина, 2018]. Однако чаще всего в качестве главного показателя избыточного туризма выступают неудобства, доставляемые местным жителям, что нередко приво-

<sup>1</sup> Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации „Развитие туризма“» от 24.12.2021 № 2439. <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXIAWeCr311oTmL.pdf> (дата обращения: 25.10.2028).

дит к протесту городских сообществ. Довольно точное определение этого явления дают немецкие ученые, обозначая изменение общественного мнения населения от энтузиазма по поводу туристов до раздражения [Kagermeier, Erdmenger, 2019].

Амбициозные цели по развитию внутреннего туризма и созданию международных курортов мирового уровня в Российской Федерации говорят о необходимости разработки мер для предотвращения аналогичных проблем в отечественных туристских центрах. Хотя в российской практике еще не зафиксированы массовые протесты горожан против туристов, ряд исследователей уже обращают внимание на актуальность данной проблемы для курортов черноморского побережья [Ветитнев, Чигарев, 2021; Цехла, Стакно, 2023] и территорий вокруг озера Байкал [Липка и др., 2022].

В контексте предметного поля социологии управления проблема чрезмерного туризма может быть рассмотрена как противоречие, возникающее между стратегиями туристического развития и социальными ожиданиями жителей городов. В данном случае региональные и муниципальные программы туристического развития выступают не как самоцель, а как один из инструментов социально-экономического развития территорий. Стоит отметить, что данная проблема возникает в тот момент, когда усилия местных властей по привлечению туристских потоков начинают приносить результаты, но в силу различных причин массовый турпоток причиняет значительные неудобства местным жителям. Определить точку перехода «от энтузиазма по поводу туристов к раздражению» можно при помощи социологических исследований в регионе. В идеале это должен быть мониторинг, измеряющий динамику настроений населения.

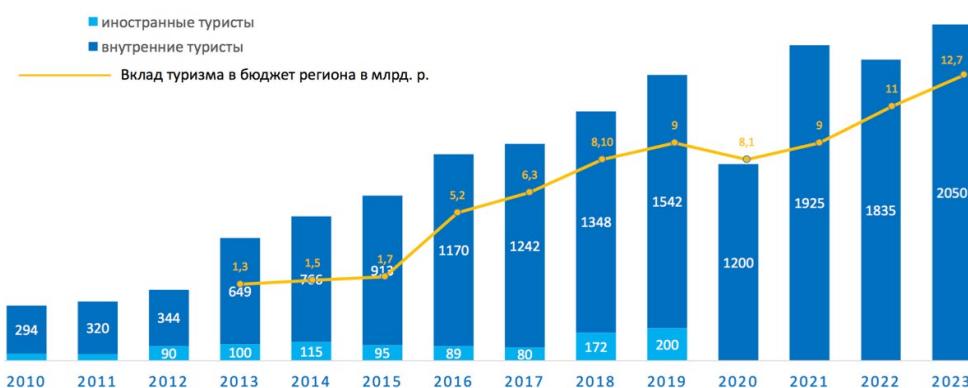
В исследованиях туристических возможностей регионов довольно часто изучается связь с брэндингом территорий [Anholt, 2016], историко-культурными особенностями городов и регионов [Бугров, 2017]. Используются подходы, ориентированные на привлечение определенных групп населения: формирование условий для «кreatивного класса» [Florida, 2017] и представителей «серебряного возраста» [Patterson, Balderas-Cejudo, Pegg, 2021], развитие детско-юношеского туризма [Исаенко, Смирнов, 2017], создание здоровой городской среды [Расходчиков, 2023]. С эволюцией интернет-технологий к классическим методам исследований добавляются возможности анализа больших данных, полученных из социальных сетей и электронных систем бронирования [Loureiro, 2014], операторов сотовой связи и банков [Языкеев, Дусенко, 2023]. Активное развитие информационных технологий в туристической отрасли послужило формированию новых направлений исследований и созданию платформенных решений на основе больших данных, появлению такого понятия, как «умный туризм» [Pencarelli, 2020]. По мнению С. В. Дусенко, значимость туристической отрасли в экономике стран и жизни людей дает основания говорить о формировании социологии туризма как самостоятельного направления исследований [Дусенко, 2022].

Однако социологическому мониторингу отношения местного населения к туристской деятельности в городах и регионах пока уделяется недостаточно внимания. Цель настоящей работы — продемонстрировать возможности социологических исследований для диагностики проблем чрезмерного туризма в городах и регионах. В качестве объекта исследования выбрана Калининградская область — регион,

демонстрирующий заметные успехи в сфере туристического развития. Автор исходит из предположения, что недовольство местного населения большим наплывом туристов накапливается постепенно и при отсутствии реакции со стороны органов власти может приводить к негативным последствиям. Диагностические социологические исследования могут помочь выявить факторы, вызывающие раздражение местных жителей, а также сферы жизнедеятельности горожан, которые страдают от массового туризма. Отдельное внимание в работе уделяется анализу способов решения проблемы чрезмерного туризма: обосновывается авторская позиция о необходимости применения социальных технологий для регулирования социально-экономических отношений в городах, реализующих программы туристического развития. Эмпирическим материалом выступает социологическое исследование, проведенное в 2025 г. Агентством социальных исследований «Столица» методом телефонного опроса в шести городах региона и одном поселке городского типа. В опросе приняли участие 1200 респондентов в возрасте от 18 лет, постоянно проживающих на территории региона. Кроме того, в работе использованы данные статистики въездного туризма в Калининградскую область, данные о динамике количества средств коллективного размещения, оценки вклада туризма в валовый региональный продукт (ВРП) региона, а также вторичный анализ данных «Индекса качества городской среды» Минстроя РФ<sup>2</sup>.

Рис. 1. Динамика въездных туристических потоков в Калининградскую область<sup>3</sup>

### ДИНАМИКА РОСТА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОСЕЩЕНИЙ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ



<sup>2</sup> Индекс качества городской среды — инструмент для оценки качества материальной городской среды и условий ее формирования URL: <https://индекс-городов.рф/#/> (дата обращения: 25.10.2028).

<sup>3</sup> Составлено автором на основе источников: Ежегодный отчет губернатора А. А. Алиханова о работе Правительства Калининградской области. 2022. URL: <https://gov39.ru/poslanie/otchet2022/> (дата обращения: 22.12.2022); Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (утвержен Федеральным агентством по туризму) в редакции от 10.11.2021 г. URL: <https://bazanpa.ru/rosturizm-pasport-ot18112021-h5381000/> (дата обращения: 07.10.2022); Постановление Правительства Калининградской области от 1 февраля 2022 года № 45 «Об утверждении государственной программы Калининградской области „Туризм“» (с изменениями на 17 апреля 2023 г.). URL: <https://docs.cntd.ru/document/578156819?ysclid=1odfi19miy654679529> (дата обращения: 18.05.2023).

Города Калининградской области выбраны в качестве объекта исследования, так как в последние годы этот регион вошел в число лидеров по привлечению туристов и одновременно характеризуется устойчивым ростом туристских потоков. Начиная с 2011 г. в Калининградской области наблюдается стабильный рост въездных туристских потоков (см. рис. 1). Большой импульс в развитии туризма региону дал Чемпионат мира по футболу 2018 г., в том числе заметно возросло число его посещений иностранными туристами. В 2020 г. произошло снижение турпотока в результате пандемии COVID-19, однако уже в следующем 2021 г. регион вышел на допандемийные показатели. Здесь можно наблюдать и сопутствующие экономические эффекты в виде увеличения количества средств размещения (с 89 в 2014 г. до 269 в 2022 г.<sup>4</sup>), роста стоимости недвижимости и миграционного прироста населения в туристических городах [Федоров, Кузнецова, 2023].

## **Возможности социальных технологий для предупреждения чрезмерного туризма**

Проблема чрезмерного туризма приобрела наибольшую актуальность в последние 10—15 лет, и за это время ученые и практики предложили разные решения. Чаще всего городские власти применяют различные ограничения для уменьшения туристического потока [Наумова, Савельев, 2019], перераспределения потоков на менее посещаемые объекты и формирование у туристов «ответственного потребления» [Шерешева, Полянская, Оборин, 2019]. При этом многие исследователи сходятся во мнении, что данная проблема должна решаться за счет совершенствования системы управления туристическим развитием и улучшения диалога между участниками туристской деятельности и жителями городов [Veiga et al., 2018; Koens, Postma, Papp, 2018].

При этом зачастую упускается из виду базовое понимание управления как системы регуляции отношений субъектов, вовлеченных в те или иные социально-экономические процессы [Тихонов, 2007]. Если рассмотреть проблему в этом ключе, то на первое место выходит противоречие между интересами туристов и местных жителей. Следовательно, решение проблемы нужно искать не столько в различного рода ограничениях для туристов и перераспределении турпотоков, сколько в поиске баланса между интересами жителей, местных властей и туристов. Можно предположить, что горожане, получающие понятные им и ощутимые блага от туристской деятельности, скорее готовы терпеть неудобства от массового туризма. А переход «от восторга к раздражению» будет происходить, когда издержки от туризма в повседневной жизнедеятельности начнут значительно превышать получаемые выгоды.

На взгляд автора, проблемы чрезмерного туризма могут быть обусловлены игнорированием такого значимого фактора, как участие, его недооценкой в системе управления туристическим развитием городов и регионов. Важность социального участия для качества управленческих решений подчеркивается в работах российских социологов [Социология управления..., 2014]. Способность жителей

<sup>4</sup> Валовый региональный продукт региона. Территориальный орган Федеральной государственной статистики по Калининградской области. URL: [https://39.rosstat.gov.ru/vrp\\_vrp](https://39.rosstat.gov.ru/vrp_vrp) (дата обращения: 25.10.2028).

городов и поселений объединять усилия для решения важных внешних задач и самостоятельно регулировать внутренние отношения позволяет рассматривать городские сообщества как одного из ключевых участников в системе управления туристическим развитием городов и регионов. Как справедливо отмечает в своем обзоре мировых практик брендинга территории Андреа Инш, «навыки, талант и деловая хватка жителей также вносят свой вклад в рост и процветание города и региона» [Инш, 2013: 21].

Вовлечение местных жителей не только позволяет учесть их интересы и тем самым улучшить качество принимаемых решений, но и способствует поиску уникальных местных традиций, возможно, уже забытых многими, но сохранившихся в семейных приданях и памяти старожилов. Важность задействования социальных ресурсов для развития внутреннего туризма подчеркивается в работах Е. И. Фроловой, где выделены основные формы такого участия: привлечение местного населения к популяризации туристических продуктов региона через социальные сети или блоги, коммерциализированное гостеприимство и микропредпринимательство на рынке аренды частного жилья [Фролова, Рогач, 2023].

Приток дополнительных средств от туристов не всегда способен компенсировать жителям возникающие неудобства, так как зарабатывают преимущественно предприниматели и граждане, сдающие в аренду жилье. Остальные группы населения могут и не получать ощутимых преимуществ от наплыва гостей. Гармонизации отношений между туристами и местными жителями могут способствовать разработка и внедрение разного рода социальных технологий, целевым ориентиром которых должны выступать механизмы направления выгод от притока туристов на цели социально-экономического развития территорий.

Автор данной статьи исходит из понимания социальных технологий как теоретически обоснованного и апробированного на практике набора действий или последовательности приемов, позволяющих достигать определенных управлений целей. Имеется в виду не просто применение научных знаний на практике, а создание определенных алгоритмов, правил и инструментов их эффективного использования. В идеале точное соблюдение социальной технологии должно приводить к заранее заданным результатам. В качестве примеров методических работ, где социологические процедуры алгоритмизированы до уровня социальных технологий, можно привести методику социальной диагностики деловой организации В. Щербины, направленную на выявление наиболее жизнеспособных стратегий и ориентиров развития компании [Щербина, 2018], метод прогнозного социального проектирования Т. Дридзе, позволяющий последовательно изменять городскую среду под меняющиеся потребности жителей [Дридзе, 1998], а также модель взаимодействия городских властей с населением при реализации градостроительных проектов [Расходчиков, 2024].

В сфере туризма такие социальные технологии еще предстоит разработать. Задача данной работы — продемонстрировать возможности социологической диагностики проблемы чрезмерного туризма. Такая диагностика впоследствии может стать значимым элементом социальных технологий управления туристическим развитием региона на основе социального участия местного населения в мероприятиях региональных программ туристического развития.

## Рост туристической привлекательности городов Калининградской области и настроения жителей

Судя по результатам исследования общественного мнения в Калининградской области, жители городов региона осознают его привлекательность для туристов и склонны позитивно оценивать происходящие в населенных пунктах изменения. По оценкам жителей, регион хорошо представлен на туристическом рынке страны, такого мнения придерживаются 61,9% участников опроса (см. рис. 2). Среди сильных сторон региона с точки зрения развития туризма чаще всего назывались: наличие оборудованных морских пляжей и променадов, богатство архитектурного и культурного наследия, благополучная экологическая обстановка и наличие санаторных территорий, красивая природа и мягкий климат, высокий уровень культуры и гостеприимность местного населения. Ключевые минусы — оторванность региона от остальной части страны, его анклавное положение, не всегда благоприятные погодные условия, а также недостаточная развитость транспортных систем и общественного транспорта.

Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Как Вам кажется, насколько хорошо Калининградская область представлена на туристическом рынке нашей страны?», % от опрошенных



В оценке изменений, происходящих в городах региона вследствие увеличения числа туристов, мнения участников опроса разделились. Большинство респондентов (50,4 %) отмечают изменения в лучшую сторону (см. рис. 3). Среди позитивных изменений жители чаще всего отмечали улучшение благоустройства и внешнего облика центральных районов, развитие транспортной инфраструктуры, увеличение числа массовых и культурных мероприятий, появление современных пляжей и променадов. В то же время треть участников исследования (34,2 %) помимо плюсов назвали и минусы туристического развития региона. Среди негативных аспектов чаще всего назывались такие проблемы, как увеличение пробок на дорогах, недостаточность парковочных мест и стоянок для автотранспорта, увеличение стоимости жилья и плотности застройки, рост числа приезжих и ухудшение миграционной ситуации, высокие цены и недоступность билетов на самолеты и по-

езды в другие регионы России в весенне-летний сезон. Среди недостатков участники опроса также называли сезонность туристических потоков, приводящую к уменьшению всех видов активности в зимний период и нестабильности работы.

Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, в лучшую или худшую сторону изменилась жизнь в Вашем городе в результате развития туризма?», % от опрошенных



Среди проблем, не связанных напрямую с туристическим развитием, но очевидно влияющих на качество жизни в регионе, участники опроса называли плохое состояние дорог, неразвитость общественного транспорта, недостаток рабочих мест, проблемы с трудоустройством и низкий уровень зарплат, неблагоустроенность и недостаточную освещенность спальных районов городов и высокие цены на продукты питания. Некоторые из перечисленных проблем могут обостряться на фоне роста туристических потоков. Так, увеличение стоимости продуктов, товаров и жилья при низком уровне доходов населения может усиливать социальное расслоение и субъективные ощущения собственной бедности для части местных жителей. Неудовлетворительное состояние дорог, неразвитость транспортной системы и общественного транспорта в ситуации расширения туристических потоков приводит к увеличению пробок, времени в пути и ухудшению транспортной доступности городов и туристических объектов.

Проблемы инфраструктурного развития значительно различаются в отдельных городах Калининградской области (см. табл. 1). Для жителей Калининграда острее всего ощущается недостаток дорог и транспортных развязок, парковочных мест и автостоянок. В Светлогорске и Янтарном участники опроса чаще всего указывают на нехватку парковочных мест и автостоянок, медицинских и культурно-досуговых объектов. Жители Балтийска наиболее обеспокоены нехваткой дорог и транспортных развязок, медицинских объектов и зеленых зон. В Зеленоградске, судя по результатам опроса, острее ощущается нехватка парковочных мест и автостоянок, дорог и транспортных развязок, медицинских и культурно-досуговых объектов. Жителей Советска и Черняховска в первую очередь

беспокоит недостаток объектов медицины, далее идут проблемы транспортного развития. Кроме того, в Черняховске наблюдается запрос на увеличение числа культурно-досуговых объектов, а также парков и скверов.

**Таблица 1. Распределение ответов на вопрос: «Каких инфраструктурных объектов не хватает в районе Вашего проживания?», % от опрошенных в каждом населенном пункте**

Каких инфраструктурных объектов не хватает в Вашем городе?	Калининград	Светлогорск	Балтийск	Янтарный	Зеленоградск	Советск	Черняховск
Дорог, развязок и других транспортных объектов	20,5	10,5	15,4	16,4	15,8	23,0	16,0
Медицинских объектов	7,8	15,8	13,2	22,8	13,2	35,5	20,5
Торговых объектов	0,8	2,6	1,1	1,6	1,3	1,0	3,8
Спортивных центров и площадок	7,3	9,2	5,5	3,3	1,3	2,0	8,9
Школ, детских садов и других образовательных объектов	7,8	6,6	1,1	1,2	5,3	1,7	5,4
Культурно-досуговых объектов	3,5	15,8	7,7	14,8	11,8	3,0	10,2
Парков, скверов и т.д.	7,0	2,6	12,1	1,6	7,9	2,1	10,1
Объектов общепита	0,3	2,6	1,1	2,2	1,3	3,4	2,7
Парковок и стоянок для автомобилей	22,4	18,4	7,7	23,0	26,3	5,0	4,7
Музеев, библиотек и других объектов культуры	1,1	2,6	3,3	1,6	2,6	1,3	3,2
Другое	15,4	10,5	27,5	9,8	7,9	17,0	10,0
Затрудняюсь ответить	5,9	2,6	4,4	1,6	5,3	5,0	4,5

Представляет интерес сопоставление субъективных оценок жителей, высказанных в ходе опроса, с результатами анализа статистических данных и экспертных оценок, представленных в ежегодном исследовании «Индекс качества городской среды» Минстроя РФ за 2024 г. Методика составления Индекса учитывает 36 показателей и группируется по шести типам городских пространств: жилье и прилегающие пространства, озелененные пространства, общественно-деловая инфраструктура и прилегающие пространства, социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства, улично-дорожная сеть, общегородское пространство. Каждый индикатор оценивается по шкале от 1 до 10 баллов и нормируется с учетом разброса в полученных оценках; подробнее с методикой можно ознакомиться в принятом для ее утверждения постановлении Правительства РФ<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Методика формирования индекса качества городской среды, утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 23 марта 2019 г. № 510-р, с учетом изменений, утвержденных распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 ноября 2019 г. № 2625-р. URL: <http://static.government.ru/media/files/wbRiqrDYKeKbPh9FzCHUwWoturf2UdOG.pdf> (дата обращения: 25.10.2025).

В индексе представлены шесть из семи городов — участников исследования (поскольку Янтарный имеет статус поселка городского типа, в Индекс он не попал), что позволяет соотнести результаты оценки с данными представленного социологического исследования.

**Таблица 2. Результаты оценки качества городской среды городов Калининградской области, представленные в «Индексе качества городской среды» Минстроя РФ за 2024 год**

	<b>Общий балл</b>	Жилье и прилегающие про-странства	Улично-дорожная сеть	Озеленен-ные про-странства	Общественно-деловая инфраструк-тура	Социально-досуговая инфраструк-тура	Общегород-ское про-странство
Зеленоградск	<b>291</b>	51	50	53	42	48	47
Калининград	<b>270</b>	48	44	44	39	52	43
Светлогорск	<b>269</b>	46	54	53	36	39	41
Черняховск	<b>259</b>	49	53	37	30	45	45
Советск	<b>254</b>	45	57	36	38	47	47
Балтийск	<b>252</b>	45	40	46	29	47	45

Сравнительно низкие оценки качества улично-дорожной сети фиксируются в Балтийске, Зеленоградске и Калининграде, что соотносится с результатами нашего социологического исследования. Респонденты из этих трех городов чаще отмечали проблемы нехватки автомобильных дорог, развязок и других транспортных объектов. Также с результатами исследования можно соотнести низкие показатели состояния озелененных пространств в Черняховске и социально-досуговой инфраструктуры в Светлогорске. При этом существуют и расхождения. Так, Индекс показывает сравнительно высокую оценку озелененных пространств в Балтийске, в то время как участники опроса из этого города отмечали недостаток зеленых зон (12,1%). Кроме этого, не совпадают оценки социально-досуговой инфраструктуры в Зеленоградске: в индексе прописана высокая оценка, в то время как участники опроса указывали на недостаток культурно-досуговых объектов (11,8%). Расхождения можно объяснить разницей в методиках: субъективное восприятие жителей города может не совпадать с экспертными оценками и данными статистики по обеспеченности населения разного рода объектами.

По результатам сводной оценки качества городской среды среди городов Калининградской области с заметным отрывом лидирует Зеленоградск (291 балл), затем идут Калининград (270 баллов) и Светлогорск (269 баллов). Стоит отметить, что Зеленоградск по оценке качества городской среды также лидирует среди всех малых городов России, представленных в Индексе, в том числе опережает такие известные туристские центры, как Сузdal (277 баллов), Алупка (266 баллов), Мышкин (265 баллов). Калининград в Индексе относится к группе крупных городов и уступает по сводной балльной оценке Туле и Грозному (по 280 баллов), но опережает другие туристские центры, в том числе Сочи (263 балла), Новороссийск (253 балла), Симферополь (225 баллов) и Астрахань (210 баллов).

Также стоит отметить, что все исследуемые города региона за последние годы продемонстрировали заметный прогресс по оценке качества городской среды. В таблице 3 приведены сравнительные данные сводного Индекса за 2018 и 2024 гг. Наибольшее улучшение показателей наблюдается у Балтийска (+97 баллов) и Черняховска (+96 баллов). Однако стоит отметить, что эти города в 2018 г. получили негативную оценку качества городской среды, так как набрали менее половины от максимального количества баллов, то есть сравнение происходит с довольно низкой базой. Поэтому наиболее значимыми можно считать успехи по улучшению качества городской среды, достигнутые за последние годы в Зеленоградске (+94 балла) и Светлогорске (+73 балла), где изначально фиксировались сравнительно высокие показатели.

**Таблица 3. Сравнительные результаты оценки качества городской среды городов Калининградской области, представленные в «Индексе качества городской среды» Минстроя РФ за 2018 и 2024 гг.**

	Общий балл Индекса КГС		Прирост
	2018	2024	
Зеленоградск	197	291	94
Калининград	214	270	56
Светлогорск	196	269	73
Черняховск	163	259	96
Советск	188	254	66
Балтийск	155	252	97

Примечание. Составлено автором на основе источников

Позитивная динамика показателей качества городской среды в городах Калининградской области в целом соотносится с оценками жителей происходящих изменений. Так, по результатам проведенного нами исследования, большинство жителей городов — участников опроса позитивно оценили изменения в своих городах (см. рис. 4); при этом наибольшие доли положительных оценок фиксируются в Светлогорске (53,4 %) и Зеленоградске (48,9 %).

В ходе социологического исследования также оценивались различные аспекты социального участия жителей Калининградской области в проектах туристического развития (см. рис. 5). Результаты демонстрируют довольно низкий уровень участия жителей в разработке или обсуждении планов туристического развития городов и региона в целом. Лишь 5,5 % респондентов заявляют, что принимали участие в обсуждениях и общественных слушаниях по этим вопросам. Гораздо большее количество участников опроса (12,4 %) констатируют, что хорошо осведомлены о стратегиях и планах туристического развития региона, еще треть респондентов (34,2 %) обладают некоторой информацией, но подробно ее не изучали. В целом по результатам исследования уровень осведомленности жителей о планах туристического развития территорий можно назвать относительно высоким, так как в совокупности о той или иной степени информированности заявляют более половины участников опроса. В то же время уровень непосредственного участия жителей в обсуждении стратегий и программ здесь довольно низкий; при этом около четверти опрошен-

ных указывают о своей заинтересованности в получении информации о планах туристического развития, что указывает на возможность существенного расширения социального участия жителей в вопросах туристического развития городов.

Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, в лучшую или худшую сторону изменилась жизнь в Вашем городе в результате развития туризма?», % от опрошенных<sup>6</sup>

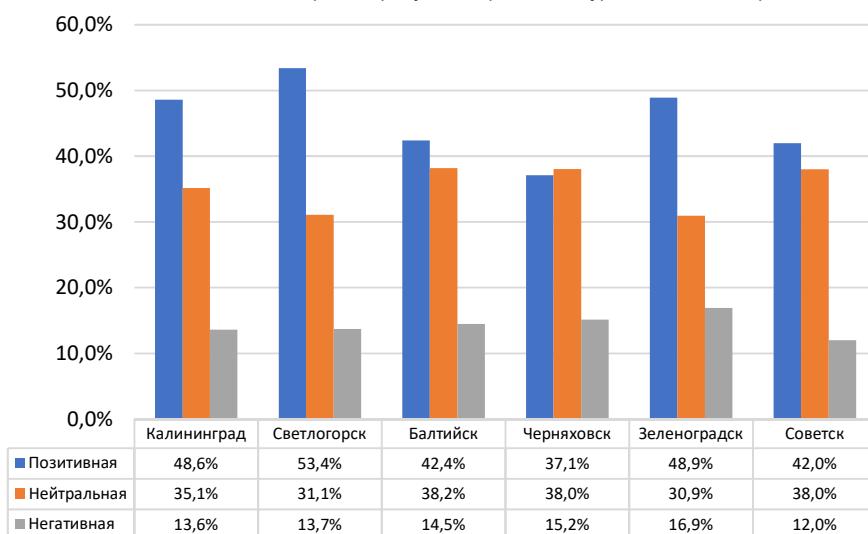


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос: «Знаете ли Вы о стратегии или планах туристического развития Вашего города или региона?», % от опрошенных



<sup>6</sup> Данные представлены по отдельным городам, суммированы ответы «Безусловно в лучшую» и «Скорее в лучшую» (отражены как позитивная оценка), «Безусловно в худшую» и «Скорее в худшую» (отражены как негативная оценка). Число затруднившихся с ответом не отражено в диаграмме для удобства восприятия.

Наиболее предпочтительными каналами информации о планах туристического развития для жителей являются интернет-сайты (71,4 %), социальные сети и блоги (34,6 %), а также местные телевизионные каналы (30,8 %). Исключение здесь составляют представители старшей возрастной группы, среди которых в предпочтениях источников информации на первое место выходит телевидение (54,8 % ответов в возрастной группе «55 лет и старше»), также высока популярность печатных СМИ (38,3 %). При этом использование интернет-сайтов распространено и среди старшего поколения — 46,7 % ответов в возрастной группе 55 лет и старше. Данные указывают на корреляцию между положительными оценками происходящих в городах изменений и уровнем информированности жителей о планах туристического развития. Так, среди респондентов, отметивших, что хорошо знают о планах туристического развития, и тех, кто участвовал в их обсуждении, доля позитивных оценок произошедших изменений (варианты ответов «безусловно в лучшую» и «скорее в лучшую») составила 62,7 % при 50,4 % в среднем по выборке.

Рис. 6. Распределение ответов на вопрос: «Из каких источников Вы предпочитаете получать информацию о планах туристического развития?», %



С одной стороны, результаты исследования показывают большой процент жителей (41,7 % участников опроса), по тем или иным причинам неготовых лично участвовать в проектах и мероприятиях по туристическому развитию территорий (см. рис. 7). С другой стороны, 17,5 % респондентов сообщили о готовности участвовать в обсуждении проектов развития, еще 9,6 % готовы вести работу в социальных сетях (преимущественно представители младшей возрастной группы), 9,1 % — участвовать в массовых и культурных мероприятиях, 6,6 % — работать волонтерами, информировать жителей и туристов.

Таким образом, проведенное исследование демонстрирует наличие значительного потенциала в части увеличения информационной осведомленности жителей региона, а также возможности дополнительного вовлечения населения в различные формы социального участия в проектах туристического развития городов и территорий.

Рис. 7. Распределение ответов на вопрос: «Вы готовы лично принимать участие в проектах и мероприятиях по туристическому развитию?», % от опрошенных



## Заключение

Анализ подходов к определению чрезмерного туризма и методов решения данной проблемы позволяет сформулировать одну из главных причин возникновения этого явления. Она выражается в противоречии, возникающем между стратегиями туристического развития и социальными ожиданиями жителей городов. Следовательно, решение проблемы нужно искать не только в различного рода ограничениях для туристов и перераспределении турпотоков, сколько в поиске баланса между интересами жителей, местных властей и туристов. Помочь в этом могут социологические исследования, направленные на диагностику проблем чрезмерного туризма в городах и регионах и выявление факторов, вызывающих наибольшее раздражение местных жителей. В идеале такие исследования должны носить мониторинговый характер для измерения динамики настроений населения.

Индустрия внутреннего туризма, практики туристического развития городов и территорий в России переживают период становления, поэтому крайние формы проявления чрезмерного туризма в отечественной практике еще не зафиксированы. В то же время ряд исследователей уже обращают внимание на актуальность данной проблемы для курортов черноморского побережья и территорий вокруг озера Байкал. Судя по результатам исследования, проведенного в городах Калининградской области, в этом регионе чрезмерный туризм пока не проявляется. Большинство жителей региона, принявших участие в опросе, склонны позитивно оценивать изменения, происходящие в их городах в связи с мероприятиями туристического развития. Выделяются отдельные проблемы, имеющие тенденцию к обострению на фоне роста турпотока, в первую очередь это увеличение стоимости товаров и услуг при низкой покупательной способности местного населения. Это указывает на необходимость выработки региональных программ, направленных на развитие производств и создание высокооплачиваемых рабочих

мест, либо реализации социальных программ по поддержке малообеспеченных слоев населения. Без существенного увеличения уровня доходов населения неоднозначное и даже негативное отношение к туристам может получить большее распространение. Среди его причин — рост потребительских цен под давлением растущих турпотоков, а также особенности поведения туристов, в том числе демонстративное потребление.

Стратегический ориентир Калининградской области на туристическое развитие приносит ощутимые преимущества региону в виде кратного увеличения въездного турпотока, развития туристской инфраструктуры. Отдельно стоит отметить положительные демографические тенденции, а именно приток населения в регион, что также можно отнести к значимым и долгосрочным результатам туристического развития. Кроме того, устойчивый рост количества посещений региона туристами и способность к восстановлению объемов турпотока после кризисов говорят об устойчивости выбранной Калининградской областью стратегии развития.

В то же время наше исследование демонстрирует, что увеличение притока туристов в города региона усиливает нагрузку на инфраструктуру и создает определенные неудобства для жителей. Внимания городских властей требуют вопросы развития транспортной инфраструктуры городов, улучшения работы общественного транспорта, а также необходимость более рационального регулирования строительной деятельности. Жалобы участников опроса на увеличение плотности городской застройки при уменьшении площади зеленых насаждений, а также на точечную застройку (особенно это касается Зеленоградска и Светлогорска) указывают на необходимость введения ограничений на строительство, особенно в исторических районах. Кроме того, исследование показывает, что в сезон туристские территории сталкиваются с большим притоком транспортных средств при недостаточной пропускной способности внутри городских (особенно в Калининграде и Светлогорске) и междугородних дорог (Зеленоградск, Янтарный), недостаточном количестве парковочных мест. При развитии существующих и создании новых точек притяжения для туристов необходимо опережающее развитие транспортных систем, а также увеличение количества рейсов и уровня комфорта общественного транспорта. Недоступность популярных для жителей мест отдыха во время туристского сезона также способна негативно сказаться на восприятии населением мероприятий по туристическому развитию.

Гармонизации отношений между туристами и местными жителями могут способствовать разработка и внедрение разного рода социальных технологий, целевым ориентиром которых должны выступать механизмы направления выгод от притока туристов на цели социально-экономического развития территорий. Результаты исследования указывают на необходимость большего вовлечения жителей региона в проекты туристического развития. При сравнительно высоком уровне информированности жителей о планах и мероприятиях туристического развития уровень участия населения в туристической деятельности в целом невысок. При этом наше исследование показывают, что уровень информированности и социального участия жителей в проектах туристического развития положительно связан с оценкой происходящих в городах и регионе изменений. Значительным потенциалом обладают такие формы участия, как включение жителей в обсуждение

туристских мероприятий, развитие практик волонтерства, в том числе в части информационного сопровождения в интернете (особенно актуально для молодежи). Также эффективной практикой для развития социального участия жителей может стать привлечение населения к участию в массовых и культурных мероприятиях, проводимых в регионе, что говорит о необходимости формирования событийных календарей городов с учетом интересов не только туристов, но и местных жителей.

## Список литературы (References)

1. Аигина Е. В. Сверхтуризм и туризмофобия: новые явления или старые проблемы? // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т. 12. № 4. С. 41—55. <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2018-10404>.  
Aigina E. V. (2018) Overtourism and Tourismophobia: New Phenomena or Old Problems? *Service and Tourism: Current Challenges*. Vol. 12. No. 4. P. 41—55. <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2018-10404>. (In Russ.)
2. Бугров Д. В. Историческое наследие и этнокультурные традиции как ресурс туристского потенциала регионов // Известия Уральского федерального университета. Серия 2. Гуманитарные науки. 2017. Т. 19. № 4. С. 268—278. <https://doi.org/10.15826/izv2.2017.19.4.079>.  
Bugrov D. V. (2017) Historical Heritage and Ethno-cultural Traditions as a Development Resource of the Tourist Potential of Regions. *Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 2. Humanities and Arts*. Vol. 19. No. 4. P. 268—278 <https://doi.org/10.15826/izv2.2017.19.4.079>. (In Russ.)
3. Ветитнев А. М., Чигарев Д. В. Предупреждение риска овертуризма в сочинской туристской дестинации // Вестник Академии знаний. 2021. Т. 44. № 3. С. 58—64. <https://doi.org/10.24412/2304-6139-2021-11213>.  
Vetitnev A. M., Chigarev D. V. (2021) Preventing the Risk of Overtourism in a Sochi Tourist Destination. *Bulletin of the Academy of Knowledge*. Vol. 44. No. 3. P. 58—64. <https://doi.org/10.24412/2304-6139-2021-11213>. (In Russ.)
4. Дридзе Т. Градоустройство: от социальной диагностики к конструктивному диалогу заинтересованных сторон. М.: Институт психологии РАН, 1998.  
Dridze T. (1998) Urban Development: From Social Diagnostics to Constructive Dialog of Stakeholders. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
5. Дусенко С. В. О становлении социологии туризма // Актуальные проблемы развития туризма: Материалы VI Международной научно-практической конференции, Москва, 16—17 марта 2022 года. М.: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)», 2022. С. 42—46.  
Dusenko S. V. (2022) On the Formation of Tourism Sociology. In: *Actual Problems of Tourism Development: Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference, Moscow, March 16—17*. Moscow: Federal State Budgetary Edu-

- cational Institution of Higher Education “Russian State University of Physical Culture, Sports, Youth and Tourism (GTSOLIFK)”. P. 42—46. (In Russ.)
6. Евстропьева О. В., Бардаш А. В., Будаева Д. Г. Методологические подходы к туристско-рекреационной дифференциации территорий с особыми условиями использования // Современные проблемы туризма и сервиса. 2019. Т. 13. № 1. С. 7—15. <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2019-10102>.  
Evstropoeva O.V., Bardash A.V., Budaeva D.G. (2019) Methodological Approaches to Tourist and Recreational Differentiation of Territories with Special Conditions of Use. *Modern Problems of Tourism and Service*. Vol. 13. No. 1. P. 7—15. <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2019-10102>. (In Russ.)
  7. Инш А. Глава 2. Брендинг города как места, привлекательного для проживания // Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под ред. К. Динни, пер. с англ. В. Сечной. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. С. 21—28.  
Insch A. (2013) Chapter 2. City Branding as a Place to Live. In: Dinney K. (ed.) *Branding of Territories. Best World Practices*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. P. 21—28. (In Russ.)
  8. Исаенко В. П., Смирнов Д. В. Роль социокультурной среды в формировании нравственных основ личности: раздумья о нравственности и путешествиях // Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2017. № 2. С. 7—31.  
Isayenko V.P., Smirnov D.V. (2017) Role of Sociocultural Environment in the Formation of Moral Foundations of Personality: Reflections on Morality and Travel. *Bulletin of the Academy of Children and Youth Tourism and Local History*. No. 2. P. 7—31. (In Russ.)
  9. Липка О. Н., Жданова А. П., Куклина С. Л., Мальнев А. В., Шейнфельд С. А. Оценка кумулятивного воздействия и ранжирование эколого-социальных угроз для Байкальской природной территории // Экологический мониторинг и моделирование экосистем. 2022. Т. 33. № 3—4. С. 81—115.  
Lipka O. N., Zhdanova A. P., Kuklina S. L., Malnev A. V., Sheinfeld S. A. (2022) Assessment of the Cumulative Impact and Ranking of Ecological and Social Threats to the Baikal Natural Territory. *Ecological Monitoring and Modeling of Ecosystems*. Vol. 33. No. 3—4. P. 81—115.
  10. Наумова И. В., Савельев И. И. Овертуризм: сущность и пути решения проблемы // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 4. С. 27—35.  
Naumova I. V., Saveliev I. I. (2019) Overtourism: Essence and Solutions. *Modern Problems of Service and Tourism*. Vol. 13. No. 4. P. 27—35. (In Russ.)
  11. Оборин М. С. Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий // Сервис Plus. 2020. Т. 14. № 1. С. 18—26.  
Oborin M. S. (2020) Negative Consequences of Mass Tourism for Host Territories. *Service Plus*. Vol. 14. No. 1. P. 18—26. (In Russ.)
  12. Расходчиков А. Н. Оздоровление городской среды — новое качество жизни // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международ-

- ные отношения. 2023. Т. 7. № 4. С. 455—462. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2023-7-4-455-462>.
- Rakhodchikov A. N. (2023) Improvement of Urban Environment—New Quality of Life. *Vestnik of Udmurt University. Sociology. Political science. International relations*. Vol. 7. No. 4. P. 455—462. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2023-7-4-455-462>. (In Russ.)
13. Расходчиков А. Н. Социологическое сопровождение проектов территориального планирования как инструмент взаимодействия органов власти с населением // Вопросы государственного и муниципального управления. 2024. № 1. С. 124—142. <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2024-0-1-124-142>. Rakhodchikov A. N. (2024) Sociological Support of Territorial Planning Projects as a Tool for Interaction Between Government Bodies and the Population. *Issues of Public and Municipal Administration*. No. 1. P. 124—142. <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2024-0-1-124-142>. (In Russ.)
14. Социология управления: фундаментальное и прикладное знание / отв. ред. А. В. Тихонов. М.: Канон+, 2014.  
Tikhonov A. V. (ed.) (2014) Sociology of Management: Fundamental and Applied Knowledge. Moscow: Canon+. (In Russ.)
15. Тихонов А. В. Социология управления. Издание второе, дополненное и переработанное. М.: Канон+, 2007.  
Tikhonov A. V. (2007) Sociology of Management. Second Edition, Supplemented and Revised. Moscow: Kanon+. (In Russ.)
16. Федоров Г. М. Кузнецова Т. Ю. Население и расселение Калининградской области на начало 2023 года // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Естественные и медицинские науки. 2023. № 2. С. 18—30.  
Fedorov G. M. Kuznetsova T. U. (2023) Population and Settlement of the Kaliningrad Region at the Beginning of 2023. *Bulletin of the Immanuel Kant Baltic Federal University. Series: Natural and Medical Sciences*. No. 2. P. 18—30.
17. Фролова Е. В., Рогач О. В. Стратегические ориентиры повышения туристической привлекательности городских и сельских поселений // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2023. Т. 16. № 4. С. 289—298.  
Frolova E. V., Rogach O. V. (2023) Strategic Guidelines for Increasing the Tourist Attractiveness of Urban and Rural Settlements. *Bulletin of Voronezh State Agrarian University*. Vol. 16. No. 4. P. 289—298. (In Russ.)
18. Цехла С. Ю., Стакно Н. Д. Проявления избыточного туризма: сезонные проблемы туризма в Крыму // Туризм как фактор устойчивого развития региона: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Горно-Алтайск, 19—20 апреля 2023 г., Горно-Алтайск, 19—20 апреля 2023 г. / под общ. ред. Т. А. Куттубаевой, Н. И. Клепиковой. Горно-Алтайск: Горно-Алтайский государственный университет, 2023. С. 14—17.  
Tsekla S. Yu., Stakhno N. D. (2023) Manifestations of Excessive Tourism: Seasonal Problems of Tourism in Crimea. In: T. A. Kuttubaeva, N. I. Klepikova (eds.) *Tour-*

*ism as a Factor in Sustainable Development of a Region: Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference, Gorno-Altaysk, April 19—20, 2023, Gorno-Altaysk, April 19—20, 2023. Gorno-Altaysk: Gorno-Altaysk State University. P. 14—17. (In Russ.)*

19. Шерешева М. Ю., Полянская Е. Е., Оборин М. С. Необходимость системного подхода к развитию российских туристских дестинаций в условиях растущей угрозы overtourism // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 4. С. 74—85.  
Sheresheva M.Yu., Polyanskaya E. E., Oborin M. S. (2019) The Need for a Systems Approach to the Development of Russian Tourist Destinations in the Context of the Growing Threat of Overtourism. *Modern Problems of Service and Tourism*. Vol. 13. No. 4. P. 74—85. (In Russ.)
20. Щербина В. В. Рационализирующие диагностические управленческие социальные технологии. М.: Новый хронограф, 2018.  
Shcherbina V.V. (2018) Rationalizing Diagnostic Managerial Social Technologies. Moscow: New Chronograph. (In Russ.)
21. Языкеев А. Н., Дусенко С. В. Возможности анализа больших данных для оценки ивент-мероприятий // Актуальные проблемы развития туризма: Материалы VII Международной научно-практической конференции, Москва, 15—16 марта 2023. М.: РУС «ГЦОЛИФК», 2023. С. 127—133.  
Yazykeev A. N., Dusenko S. V. (2023) Opportunities of Big Data Analysis for Evaluation of Event Events. In: *Actual Problems of Tourism Development: Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference, Moscow, March 15—16*. Moscow: RUS “GTSOLIFK”. P. 127—133. (In Russ.)
22. Anholt S. (2016) *Places: Identity, Image and Reputation*. Springer.
23. Arikan I., Uensever I. (2019) Importance of Tourism Equinox for Sustainable City Tourism. Cultural and Tourism Innovations: Integration and Digital Transition. Proceedings of the 6th International IACuDiT Conference. Athens, Greece.
24. Azam M., Alam M. M., Hafeez M. H. (2018) Effect of Tourism on Environmental Pollution: Further Evidence from Malaysia, Singapore and Thailand. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 190. P. 330—338. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.168>.
25. Capocchi A., Vallone C., Pierotti M., Amaduzz A. (2019) Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*. Vol. 11. No. 12. Art. 3303. <https://doi.org/10.3390/su11123303>.
26. Kagermeier A., Erdmenger E. (2019) Das Phänomen Overtourism: Erkundungen am Eisberg unterhalb der Wasseroberfläche. In: Reif J., Bernd E. (Hrsg.) *Tourismus und Gesellschaft: Kontakte — Konflikte — Konzepte*. Berlin: Erich Schmitt Verlag. P. 97—110.
27. Koen K., Postma A., Papp B. (2018) Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*. Vol. 10. No. 12. Art. 4384.

28. Pencarelli T. (2020) The Digital Revolution in the Travel and Tourism Industry. *Information Technology & Tourism*. Vol. 22. P. 455—476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>.
29. Loureiro A. (2014) Did the Context of Economic Crisis Affect the Image of Portugal as a Tourist Destination? The GDS's Perspective. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. Vol. 6. No. 5. P. 466—469.
30. Florida R. (2017) The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class—And What We Can Do About It. New York, NY: Basic Books.
31. Patterson I., Balderas-Cejudo A., Pegg S. (2021) Tourism Preferences of Seniors and Their Impact on Healthy Ageing. *Anatolia*. Vol. 32. No. 4. P. 553—564.
32. Veiga C., Santos M. C., Águas P., Santos J. A. C. (2018) Sustainability as a Key Driver to Address Challenges. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. Vol. 10. No. 6. P. 662—673. <https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2018-0054>.